

## **Radio e *Fake News*: aproximações e distanciamentos<sup>1</sup>**

Paulo Fernando de Carvalho LOPES<sup>2</sup>

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo traçar linhas de aproximação e distanciamento dos estudos de rádio e mídia sonora com reflexões sobre *fake news*. Para isto, é necessário traçar um histórico do conceito fake news no mundo e depois no Brasil. Em seguida, historicizar o surgimento do conceito no campo da Comunicação, nomear as fases das fake news no Brasil, fazer uma aproximação com o universo do rádio e das mídias sonoras e dialogizar com questões apresentadas por alguns pesquisadores em rádio. Outro ponto a ser abordado no texto são as pesquisas que apontam para credibilidade do rádio tornando-o, ainda, pouco atraente como difusor de *fake news*. Por fim, concluímos que o rádio ainda tem importantes questões a olhar e a desenvolver devido a forte circulação de *fake news* na sociedade.

**Palavras-chave** - Credibilidade; Fake News; Fases; Rádio.

### **Introdução**

Este artigo tem como objetivo traçar um histórico do surgimento do conceito *fake news*, historicizar o surgimento do conceito no campo da Comunicação, nomear as fases das fake news no Brasil, fazer uma aproximação com o universo do rádio e das mídias sonoras e dialogizar com questões apresentadas por alguns pesquisadores em rádio. Metodologicamente, foi realizada uma pesquisa qualitativa exploratória a partir de um levantamento bibliográfico e documental. A hipótese é a existência de um eixo número de publicações que relacionam rádio e *fake news*. A proposta deste artigo justifica-se pela ainda pouca produção bibliográfica, artigos, dissertações e teses que tragam o tema para o universo radiofônico.

Tão logo começaram a circular e a produzir intervenções em processos sociais, Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) apontaram questões urgentes que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Rádio e Mídias sonoras, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor Titular na Universidade Federal do Piauí, e-mail: [pafecalo@ufpi.edu.br](mailto:pafecalo@ufpi.edu.br).

---

precisavam ser pesquisadas, debatidas e divulgadas porque providências precisavam ser tomadas.

Segundo elas, tornava-se fundamental:

examinar de forma abrangente a desordem informacional e seus desafios, assim como as bolhas e seus filtros e as câmaras de eco. Enquanto o impacto histórico dos rumores e o conteúdo fabricado já foram bem documentados, argumentamos que estamos testemunhando algo novo com a tecnologia que significa: a poluição da informação em uma escala de nível global; uma complexa teia de motivações para criar, divulgar e consumir essas mensagens “poluídas”; uma infinidade de tipos de conteúdo e técnicas para amplificar o conteúdo; inúmeras plataformas que hospedam e reproduzem esse conteúdo; e velocidades vertiginosas de comunicação entre pares confiáveis. (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 05) Tradução do autor.<sup>3</sup>

A preocupação, naquele momento onde a desordem da informação ganhava força e forma com a eleição do presidente americano Donald Trump (2016); a vitória do referendo do BREXIT (2016) e a decisão do Supremo Tribunal do Quênia em anular o resultado das eleições (2017), era que ela estava influenciando e colocando em risco as democracias. As autoras chamavam atenção para as implicações em longo prazo das campanhas de desinformação cujo projeto principal, através da polarização, intencionava semear desconfiança e confusão para aumentar as divisões socioculturais já existentes. Para isto seriam usadas as tensões políticas, étnicas, sociais e religiosas.

Ireton e Posetti (2018), lançaram um manual para capacitar profissionais, educadores e estudantes de jornalismo a "navegar pelos assuntos associados a *fake news*." (p. 15). A publicação objetivava também convencer sobre a importância de não nomear o processo por *fake news*, mas por desinformação. A crítica literária do *The New York Times* e vencedora do Prêmio Pulitzer, Michiko Kakutani, mostrou que o uso de bots para manipular a opinião pública aumentou a polarização e diminuiu a capacidade das pessoas de participar de um diálogo, criando um espaço profícuo para as *fake news*. As redes sociais minaram ainda mais a confiança nas instituições e dificultaram discussões e debates baseados em fatos, essenciais para a democracia:

---

<sup>3</sup> “*comprehensively examine information disorder and its related challenges, such as filter bubbles and echo chambers. While the historical impact of rumours and fabricated content have been well documented, we argue that contemporary social technology means that we are witnessing something new: information pollution at a global scale; a complex web of motivations for creating, disseminating and consuming these ‘polluted’ messages; a myriad of content types and techniques for amplifying content; innumerable platforms hosting and reproducing this content; and breakneck speeds of communication between trusted peers.*” (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 05)

---

(...) um mundo no qual as fake news e as mentiras são divulgadas em escala industrial por “fábricas” de trolls russos, lançadas num fluxo ininterrupto pela boca e pelo *Twitter* do presidente dos Estados Unidos, e espalhadas pelo mundo todo na velocidade da luz por perfis em redes sociais. O nacionalismo, o tribalismo, a sensação de estranhamento, o medo de mudanças sociais e o ódio aos estrangeiros estão novamente em ascensão à medida que as pessoas, trancadas nos seus grupos partidários e protegidas pelo filtro de suas bolhas vêm perdendo a noção de realidade compartilhada e a habilidade de se comunicar com as diversas linhas sociais e sectárias. (KAKUTANI, 2018, p.08)

A vitória da direita norte americana, em 2016, levou pesquisadores de diversas áreas a investigar o acontecido. Os cientistas políticos Guess, Nyhan, Reifler (2018) analisaram as evidências do consumo de *fake news* através da exposição seletiva durante a campanha presidencial. Os autores examinaram a gravidade das “câmaras de eco” ou “filtros de bolhas” na exposição seletiva de leitores à *misinformation*.

Allcott e Gentzkow (2017) consideraram as *fake news* um modelo de negócio ao analisar, por um viés econômico, as redes sociais nas eleições de 2016, nos EUA. Segundo eles, a economia das *fake news* possui um modelo de mercado de mídia que se beneficiou e ainda se beneficia muito com elas que têm utilidade para um determinado tipo de consumidor. Para eles, a consequência deste consumo são os custos sociais que leva pessoas a ficarem presas em suas bolhas. Alexandre Bovet e Hernán Makse (2019), físicos interessados em sistemas complexos e redes complexas investigaram a influência das *fake news* no *Twitter* durante o ano de 2016 na eleição presidencial dos EUA. Análise se deu a partir de 30 milhões de *tweets* coletados cinco meses antes e até o dia da eleição para encontrar os propagadores mais influentes de *fake news* e de notícias tradicionais. O resultado foi a identificação de 2,2 milhões de usuários do *Tweeter* propagando de forma bem influente *fake news* e notícias tradicionais.

Em 2016, o Goethe-Institut/Brasil promoveu o debate “ Manipulação e *fake news* – uma nova forma de comunicação amoral?”. Araújo (2016) discorreu sobre o tema a luz da filosofia com enfoque na verdade. Balem (2017) refletiu sobre o limite e importância do direito à informação e à liberdade de expressão em uma sociedade em rede povoada por processos recentes: disseminação de *fake news* e discursos de ódio. Branco (2017) já chamava atenção para presença do algoritmo na relação dos brasileiros com o Facebook. Dados daquele ano mostraram que 70% dos cidadãos se informavam

pelas redes sociais. Para o autor, seria uma bolha formando outras bolhas e lucrando imensamente com as *fake news*.

O dossiê "A era da pós-verdade: realidade versus percepção" publicado pela revista Uno (2017) convocou 18 colaboradores ligados à comunicação corporativa, ao mercado financeiro e ao jornalismo para refletir sobre a existência, causas e consequências da pós-verdade e das *fake news*. Vale destacar que neste dossiê não há um artigo escrito sob a ótica do rádio.

Ante a proximidade das eleições do ano de 2018, Carvalho e Kanffer (2018) fizeram uma análise jurídica das *fake news* preocupados com o impacto que pudessem ter no processo eleitoral do ano seguinte. De acordo com Menezes (2018):

No Brasil, um estudo encabeçada pelo Grupo de Pesquisas em Políticas Públicas para o acesso à informação da Universidade de São Paulo (Gpopai-USP), realizou um estudo que concluiu que 12 milhões de pessoas compartilharam informações infundadas nas redes sociais (SOUZA, 2018), em abril de 2016. Outro estudo demonstrou que em plena decisão do processo de impeachment, da então presidente Dilma Rousseff, de cada 5 mensagens compartilhadas no Facebook, ao menos 3 eram falsas, com uma tacha de replicação alarmante (DW Brasil, 2018). (p.02)

Os números e o cenário da presença das *fake news* no país eram por deveras preocupantes. No campo da comunicação, um levantamento realizado em Anais da Intercom (Nacional e Regionais), Sbpjor, Simpósio Nacional do Rádio, Compós e Compolítica, a partir de 2016, identificou que os artigos sobre o tema começaram a aparecer em três eventos em 2017. No Intercom Sudeste, realizado na cidade de Volta Redonda, Souza (2017) apresentou um estudo de caso de três agências, Lupa, Aos Fatos e Truco, responsáveis por fiscalizar *fake news* no Brasil. No Encontro Nacional, Souza e Tessarolo (2017), discutiram como as *fake news* afetavam as redações jornalísticas e como o jornalista deveria se posicionar neste cenário. Na SBPJor, Santos e Spinelli (2017) por meio de uma revisão de literatura buscaram compreender como a era da pós-verdade se tornou um campo fértil para a disseminação de *fake news* a ponto de haver a necessidade da criação de agências de *fact-checking* como estratégia de combater as informações falsas e resgatar um jornalismo com credibilidade.

A partir de 2018 cresce exponencialmente a produção científica na área. Aumento significativo de revistas científicas com edições e dossiês dedicados a *Fake News* ou a Desinformação assim como a publicação de livros de autores e coletâneas.

Devido a quantidade de artigos a direção científica da SBOJor reuniu em uma sala oito trabalhos com a temática em questão. Este crescimento permitiu, mesmo sendo um processo recente, identificar quatro fases das *fake news* no país e seus principais focos de atuações. Sobre este ponto desenvolveremos melhor a seguir.

### **Constituição das fases da fake news no Brasil**

A *fake news* no Brasil possui quatro fases: a primeira fase ocorre de 2014 a 2018, a segunda de 2018 a 2020, a terceira de 2020 a 2022 e a quarta está em andamento neste ano de 2022. Os acontecimentos internacionais onde elas tiveram destaque indicavam que seria uma questão de tempo e oportunidade sua chegada maior repercussão no Brasil. Carvalho e Kanffer (2017) registraram que foi no Espírito Santo, em 2014, o primeiro caso de *fake news* no país:

Um empresário do Espírito Santo compartilhou uma falsa pesquisa eleitoral, mediante engenhoso mecanismo em que o endereço eletrônico onde encontrava-se a enquete era bastante semelhante a um jornal local de elevada credibilidade, que inclusive divulgava frequentemente pesquisas oficiais e registradas junto ao TSE. No contexto, o falso resultado (em que a diferença entre os candidatos ao governo do estado apresentava um valor menor do que a pesquisa oficial) buscava impingir no eleitorado a sensação de que determinado candidato estava em franco crescimento, estimulando os indecisos e aquelas pessoas que deixariam de votar por acreditarem que a eleição estava perdida. (CARVALHO, KANFFER, 2017, p 03)

Para os autores o caso talvez não tenha tido grande reverberação por ter acontecido numa escala política “menor” em um estado do país. Para Nalon (2016), 2017 seria ser um balão de ensaio para as eleições nacionais de 2018. “Há espaço (e tempo) para o desenvolvimento de aplicativos, publicadores, add-ons e bancos de dados inteligentes para municiar checadores — e o jornalismo, de modo geral — no combate à disseminação de mentiras nas redes.” (p. 01)

O assassinato da vereadora Marielle Franco (PSOL) e o motorista Anderson Gomes constituíram um marco que caracterizaria o “fim” desta primeira fase e um ponto de passagem para fase seguinte. Até o dia 14 de março de 2018, inferimos que havia, por assim dizer, um tubo de ensaio para a chegada das *fake news* no Brasil. Martins (2020) considera que algumas discussões públicas já traziam marcas da desinformação. A grande mobilização pública brasileira e internacional para haver

---

justiça pela morte da vereadora e do motorista foi acompanhada também de um grande número de *fake news*.

A segunda fase começa durante a campanha que ocasiona a eleição do candidato Jair Bolsonaro (PSL) a presidência da República e se estende pelos dois primeiros anos do seu governo. Lopes, Sousa, Silva (2020) destacam:

Com cenário parecido ao que aconteceu nas eleições americanas de 2016, o pleito eleitoral de 2018, no Brasil, foi marcado pela profusão de *fake news*. A campanha de Donald Trump, nos Estados Unidos, foi bastante centrada no *Facebook*. As táticas de campanha de Jair Bolsonaro se assemelha com que as foram usadas para promover Trump, a diferença é que aqui as *fake news* circularam via *WhatsApp*. (p.05)

Neste momento as publicações e artigos focam em como as *fake news* contribuíram para eleição de um presidente de extrema-direita. Se na primeira fase a produção científica tinha caráter mais teórico-conceitual (LOPES, SENA, 2018; OLIVEIRA, 2018; BELLAN, 2018; DANTAS, ROCHA, 2018; CHRISTOFOLETTI, 2018), a empiria referia-se ao caso Marielle Franco. A partir das eleições presidenciais, o foco passou a ser atuação e estratégias utilizadas durante e depois da campanha.

A terceira fase é marcada a partir da pandemia da Covid 19. A postura do governo brasileiro em negar a ciência, ser contra o isolamento social, questionar as recomendações da Organização Mundial de Saúde, definir a doença com “uma gripezinha”, trocar constante de ministros da Saúde, casos de corrupção e muitas omissões criou um cenário muito propenso a propagação de *fake news*. A Unesco, preocupada com a confusão e dúvidas referentes à ciência médica e o impacto imediato que a desinformação estava causando nas pessoas e em sociedades inteiras lançou um resumo de políticas, intitulado Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a COVID-19, organizado por Posetti e Bontcheva (2020) com objetivo de combater as inverdades sobre a saúde pública e a nova onda de desinformação sobre a COVID-19.

Sacramento e Paiva (2020) mostraram que também nesta área a relação *fake news* e saúde não era nova. A resistência por parte de usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) para se vacinarem contra a febre amarela indicava uma forte presença e consumo de *fake news* vindas das redes de comunicação on-line hibridizadas com crenças religiosas e outros processos de socialização existentes.

A quarta fase está em curso. Considerando que nas fases anteriores as formas de produção, circulação, disseminação e reconhecimento das *fake news* tiveram especificidades e mudanças de foco e formas, nas eleições presidenciais de 2022

---

acreditamos que novas estratégias, novos atores, outros modos de atuação na produção, circulação e disseminação devem se presentificar. Uma das possibilidades que ainda não possui consenso é a possibilidade de uso das *deep fakes*<sup>4</sup>. Maranhão (2022) afirma que as deepfakes trazem sério risco e impacto social numa campanha eleitoral ao ser usada para colocar palavras comprometedoras na boca de um político a ponto de corromper sua reputação. O candidato pode não ter tempo hábil para convencer aos eleitores sobre a não era verdade e como consequência, por ter a imagem corrompida, talvez perder a eleição. Segundo ele, este procedimento “distorce, então, o jogo político e, por consequência, a democracia”.

Devido o baixo uso nas eleições americanas de 2020, Prince (2022), considera que a alta disseminação de *deep fake* como algo mais hipotético do que real porque existe uma enorme quantidade de formatos mais baratos, acessíveis e menos complexos para espalhar desinformação. “Você não precisa de um *deepfake* para manter uma operação de desinformação. E ainda que tenha um, precisará encontrar maneiras de espalhá-lo” (PRICE, 2022).

Finda esta trajetória, passaremos no próximo item a buscar respostas para questão norteadora que justifica este artigo e seus desdobramentos: e o rádio? como é sua relação com as *fake news*? O que o aproxima e o distancia deste processo?

### **O rádio num universo de *fake news***

Este item vai sendo constituído em dialogia com os questionamentos acima e com mais duas outras questões também importantes: o estado da arte nas pesquisas em rádio e *fake news* e a credibilidade como uma possibilidade para o distanciamento entre a prática radiofônica e as *fake news*.

Uma primeira observação ao ser fustigado foi identificar que até o momento, uma grande parte produção e resultado das pesquisas, produtos, contribuições dos pesquisadores em rádio sobre *fake news* coadunam com uma das importantes características do veículo destacada por Ortriwano (1985) – a oralidade.

---

<sup>4</sup> “Deepfakes são, essencialmente, identidades falsas criadas com o deep learning [aprendizagem profunda, por meio de uso maciço de dados], por meio de uma técnica de síntese de imagem humana baseada na inteligência artificial. É usada para combinar e sobrepor imagens e vídeos preexistentes e transformá-los em imagens ou vídeos “originais” [...] Essa combinação de vídeos existentes e “originais” resulta em vídeos falsos, que mostram uma ou algumas pessoas realizando ações ou fazendo coisas que nunca aconteceram na realidade.” (SPENCER, 2019).



---

Assim como o campo da Comunicação que começou sua produção de forma exponencial a partir de 2018, o rádio o fez a partir de 2020, mas isto não quer dizer que antes não se falava. Talvez, como aconteceu com o caso de 2014 no Espírito Santo, em um âmbito mais restrito, existam iniciativas em escalas menores como é o caso do Fala Norte e Nordeste 2017. Naquele ano, durante o Congresso Norte e Nordeste da Radiodifusão, a jornalista Angela Pimenta apresentou aos radialistas o projeto Credibilidade, um braço nacional do projeto internacional *The Trust Project*, como uma possibilidade de evitar circulação de *fake news* no universo radiofônico. No mesmo painel, o dono da Bites, empresa de Sistema Analítico, Manoel Fernandes mostrou que em 2016 sua empresa tinha utilizado 35 softwares para captura de dados em todo mundo com a palavra *fake news*. O resultado foi 32 milhões de twittes, 526 mil notícias e 847 mil vídeos no Youtube. Restringindo os dados para o Brasil e acrescentando na busca notícias falsas, foram encontrados 142 mil twittes, 10 mil notícias e 2 mil videos Youtube.

E porque 2020? Devido o isolamento social as lives se consolidaram no campo acadêmico como uma alternativa de enfrentamento ao isolamento, para dar visibilidade as pesquisas, como possibilidade de conexão e parceiras assim como o acesso aos eventos científicos e congressos que aconteceram on line nos últimos dois anos e meio.

Em termos de lives e/ou webconferências, a primeira iniciativa veio do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor), coordenado pelos professores da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Debora Lopez e Marcelo Freire. Os professores Macarena Parejo e Daniel Martín Pena, da Universidade de Extremadura na Espanha, participaram do Ciclo de Debates (2020), com a palestra *Los medios universitarios y su labor divulgativa frente al COVID-19*. Para Martín Pena (2020) o radio universitário, no contexto da pandemia, teve que lidar com a grande quantidade de informações falsas em circulação. Este processo transformou-se numa infodemia. Segundo ele, no campo da comunicação/jornalismo são quatro vírus também a se combater: a desinformação/infoxicação, as incertezas, a imprecisão e a precipitação.

Nos Simpósios do Rádio (2021, 2022), Prata (2021) destacou que as *fake news* não são as únicas responsáveis pela desordem informativa. A palestrante ressaltou a importancia do fortalecimento de um jornalismo de qualidade diante da desordem informativa num cenário de pandemia. Segundo ela, “ e, embora o fenômeno de desinformação não seja novo, o modelo de negócios baseado em conteúdo promorcional



---

e os algoritmos de personalização oferecidos pelas redes sociais ampliaram o escopo desta estratégia.” (PRATA, 2021)

Para Saad (2022), é preciso, no cenário atual, gerenciar um ecossistema midiático onde cada plataforma e veículo possuem regras próprias e conexões externas e internas. “ Se não conseguir gerenciar (...) pode perder engajamento, poder de impacto informativo e ganhar fontes de desinformação (...). Este é um ponto mega super sensível e só consigo se eu tiver este monitoramento de audiência na rede.” (SAAD, 2022).

Ferraretto (2022) ao se pronunciar sobre quais seriam as questões importantes para o rádio olhar no cenário atual destaca a relação radiojornalismo, senso comum, ciência e opinião em tempos de redes sociais e ameaças a democracia. Chama atenção para o fato da opinião ter o seu lugar no jornalismo e, deste modo, é contrário a visão de um jornalismo feito para concordar com a opinião da audiência. Segundo ele, esta opção, cada dia mais presente no radiojornalismo, resulta na criação de bolhas e impede ao jornalismo o exercício da dúvida, a única forma de chegar a verdades provisórias.

O pesquisador pontua que parte do problema gerado pelas *fake news* é decorrente de uma parcela considerável de analfabetos funcionais no país. Um analfabetismo midiático que não entende e não diferencia as funções exercidas pelos profissionais do jornalismo. Existe uma sobrevalorização por parte do público que mascara as fragilidades dos veículos e a inexistência de algumas funções e níveis de gestão nos organogramas das emissoras. E prossegue:

Outro problema muito sério da sociedade brasileira é aceitar o erro como normal. (...) Criamos uma sociedade, que é muito ruim para o jornalismo, isto, e é muito ruim para democracia. Primeiro, ela quer que o outro concorde com ela, a idéia da bolha que transbordou das redes sociais para o dia a dia; segundo, ela aceita o erro como algo bondoso, isto é muito ruim, isto é muito maléfico para sociedade como um todo (...); e terceiro, ela vive muito do status conferido mais por certificações (...) do que pelo conteúdo que aquilo ali certifica. (...) Isto tudo diz muito desta complexidade no qual o rádio está inserido (...) onde forma é mais importante do que conteúdo. (FERRARETTO, 2022)

Almeida (2022) fala sobre a experiência da Rádio AM Paulo Freire na gestão da informação e seu papel no combate à desinformação. Ela e a equipe do projeto – Radio Paulo Freire – Especial Coronavírus, partem do pressuposto que a rádio universitária atua em um contexto do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e da plataformização. O modelo multiplataforma, cada vez mais presente na realidade das

rádios universitárias, foi um convite à reflexão sobre a necessidade de ocupação de todos os espaços virtuais disponíveis mesmo a equipe vivendo uma realidade de emissora AM onde o *on line* possibilitaria acessos para além alcance da frequência das ondas hertzianas locais.

No cenário da pandemia, o modelo de produção remota da programação tornou-se realidade para enfrentar a crescente onda de desinformação – feita com objetivo de enganar e manipular, no país onde ataques a imprensa e universidades comprometeu o processo de divulgação científica. Solução encontrada para situação foi desenvolver no projeto dois eixos de atuação, divulgação científica e combate à desinformação, para desenvolver programas radiofônicos, podcasts, programetes, spots, interprogramas, áudios para serem enviados em e listas de transmissão do whatsapp e uma coluna na TVU e IGTV. A produção dos produtos radiofônicos ocorreu de forma articulada e colaborativa com Universidades, Institutos, Coletivos, Associações comunitárias, Agências de checagem, Grupos de pesquisa, etc. e a circulação com característica multiplataforma – Facebook, Youtube, Instagram, WhatsApp, agregadores de áudio. (ALMEIDA, 2022)

Martín Pena (2022) retoma uma preocupação apresentada em 2020 sobre o processo de infodemia como ameaça para as democracias num contexto de nativos digitais que buscam informações de forma mais ativa que em outros momentos históricos onde a informação chegava nas casas através dos meios de comunicação. O conceito de toxicidade informativa aponta para uma infoxicação devido a mais acessos à informação em um cenário onde há também as *fake news* causando uma maior dificuldade na distinção entre uma notícia centrada em fatos da notícia com desvios de informação. Para ele, este tipo de “anomalia da informação” privilegia políticos populistas, ditaduras e entidades corporativas desonestas.

No que tange apresentação de artigos em congressos ou publicação na revista da área, a partir dos vocábulos *fake news*, desinformação, checagem, fact-checking não identificamos na Intercom (Nacional e Regional) nos anos de 2016 a 2021 não haver nenhum artigo. No Simpósio Nacional do Rádio, nas edições 2018, 2021 a 2022, apenas um artigo. Lopes (2021) trata sobre os modos de dizer em spots publicitários radiofônicos sobre *fake news*. Na Rede de Pesquisadores de Rádio (RADIOJOR) ligada a SBPJOR, nos anos de 2019 a 2021 foi identificado também um artigo. O texto de

---

Prata e Medeiros (2019) apresenta os lugares de confiabilidade do radiojornalismo local em tempos de diminuição da confiança na imprensa e da difusão de *fake news*.

A revista da área, *Radiofonias*, nos anos de 2020 e 2021 não possui nenhum artigo com os vocábulos acima citados. O artigo apresentado no IV Simpósio Nacional do Rádio, por Lopes (2022), foi publicado no recente dossiê, *Democracia e cidadania nas ondas sonoras*, da Revista *Esferas*.

Quanto a credibilidade, o rádio, no mercado de mídia dos EUA, aparece como uma mídia confiável para 69% dos entrevistados, segundo dados obtidos pela Entercom (2022). Uma avaliação sobre o papel da mídia na crise do coronavírus na Espanha, o rádio teve 48,1% de avaliação muito positiva ou positiva. (DYM,2020). Martín Pena (2022) apresenta o resultado da recente pesquisa feita pela Instituto Eurobarómetro mostrando que a confiabilidade do rádio na Europa e Espanha é alta. 56% dos cidadãos europeus entrevistados responderam que o rádio é o meio mais confiável como também para 45% dos espanhóis.

Em termos de Brasil, a credibilidade do rádio cresceu 43% e é o meio de comunicação ouvido por 80% da população segundo pesquisa da Kantar/Ibope Media, (2021). Prata e Medeiros (2019) argumentam que:

Em meio à crise da credibilidade da imprensa, a rádio local consegue manter a confiabilidade do seu ouvinte através de diferentes contratos de leitura. Um desses acordos simbólicos bilaterais é a função primeira dessas emissoras: informar sobre o que é importante para o ouvinte, para o cotidiano da cidade, mesmo que sejam notas de falecimento ou campanhas de vacinação. Quem define o que é importante nesse caso é o ouvinte. (p.05)

Desta forma é possível concluir, pesquisas em todo mundo reforçam este argumento, que o rádio possui prestígio entre os ouvinte por ser um veículo com grande credibilidade e desta forma, ainda, como um lugar com pouco espaço para produção, circulação e consumo de *fake news*. Outro ponto que merece ser observado e destacado é a lógica da produção radiofônica que, mesmo com cenário como descreve Ferraretto acima, ainda sustenta-se, não sabemos por quanto tempo, nas características da instateneidade, imediatismo que levam o ouvinte para o aqui-agora do acontecimento. Lopez (2022) na live, *Radio e Desinformação*, promovida pela Cátedra Intercom 2022, demonstra preocupação com as *deep fake* que a cada dia ganham sofisticação, fácil acesso e enorme poder de uso, pelos usuários digitais, para manipular sons e imagens em circulação no mundo digital. A questão da pesquisadora refere-se as possíveis *deep*

---

*fakes sonoras* contribuindo para disseminação das *fake news* no rádio e nas mídias sonoras. Até o momento, as experiências de maior visibilidade e repercussão estão ligadas a manipulações “perfeitas” de imagens.

Trazendo para o universo sonoro, em face a uma provável quarta fase das *fake news*, em processo de constituição ante a proximidade das eleições de 2022, faz-se necessário considerar a existência e as possibilidades de uma diminuição da distância do rádio e das mídias sonoras com as *fake news*, mesmo que, teoricamente, as características básicas do veículo não tenham permitido, até agora, sua presença.

### **Considerações Finais**

Após o histórico do conceito de *fake news* nas pesquisas mundo e no Brasil, as aproximações do conceito ao campo da Comunicação e do rádio, identificamos as suas fases no Brasil, para então, dialogarmos com questões apresentadas por alguns pesquisadores em rádio. A hipótese pode ser comprovada, mas, durante o processo de levantamento de dados, um aspecto, não considerado inicialmente, as lives realizadas nos últimos dois anos, por conta da pandemia da Covid-19 e do isolamento social, possibilitou uma melhor compreensão sobre como se deu a aproximação do campo do rádio e das mídias sonoras com as questões das *fake news*. Se por um lado, conforme apresentado, ainda há um distanciamento devido a pouca produção bibliográfica, artigos, dissertações e teses sobre *fake news*, a quantidade de lives trouxe importantes reflexões e chaves de pesquisas através das falas, relatos de experiências e de pesquisa de alguns pesquisadores da área.

Conforme vimos ao longo do texto o rádio ainda tem questões importantes para investigar no cenário atual onde é possível perceber a forte presença de *fake news* em circulação. É necessário que os pesquisadores em rádio e mídias sonoras tragam para o campo suas experiências e contribuições sobre as relações entre verdade x pós-verdade e *fake news* x desinformação. Percebe-se, em vários trabalhos, que as mesmas já são dadas como plenamente resolvidas e os pontos derrapantes jogados para debaixo do tapete.

Uma vez que as fases das *fake news* no país não são estanques, há indícios de começarem bem antes do momento em que ganham centralidade e força, de acordo com os objetivos de quem as produzem, as fazem circular com rapidez e foco em nichos, temas e receptores em busca de intervir em processos sociais. O ápice da primeira fase

aconteceu com o assassinato da vereadora Marielle Franco, a segunda com eleição para presidente em 2018, a terceira durante a fase mais tensa da pandemia da Covid 19 e a menos de três meses para as eleições de 2022 consideramos que há um compasso de espera – o que não quer dizer que as *fake news* deixaram de circular, mas o caráter inovador e diferente ainda não está tão evidente para já ser possível adiantar as características que irão lhe constituir.

Nas falas de Ferraretto (2022) e Saad (2022) fica clara a enorme possibilidade de aproximação das *fake news* com o rádio a partir dos modelos de negócios atuais que não dão conta do mercado e falta um planejamento para este ingresso que exige cada vez mais modelos adaptados para um cenário multiplataforma.

O rádio, até o momento ainda, mantém a credibilidade no cenário de *fake news*, no entanto, conforme vimos acima, vai precisar começar a fazer gestão da informação para se posicionar no mercado mega tecnológico que demanda a gestão dos dados em diferentes plataformas, a gestão do conteúdo sonoro e do processo informativo e da audiência. Outro ponto a ser considerado é a precarização do trabalho dos jornalistas em rádio que limita o processo apurado de checagem das informações.

Corroborando com Martín Pena (2022), o rádio por estar em um lugar, junto a audiências, como um meio idôneo, poderia combater as *fake news* investindo na formação de escutas mais críticas e participativas com condições de identificar as *fake news*.

As pesquisas realizadas nos últimos anos mostram que as redes sociais, principal locus das *fake news*, não imprimem confiança na população. Tomando por base que o rádio cresce neste quesito, é necessário uma maior aproximação dos estudos e pesquisas em rádio e mídias sonoras a fim de fortalecer e produzir questões teóricas, metodológicas e conceituais sobre este tema, que mesmo distante já possui algumas aproximações.

### Referências bibliográficas

- A ERA DA PÓS-VERDADE: realidade versus percepção. **Revista UNO**. n.27. março de 2017. Disponível: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/> Acesso em: 13 de junho de 2018.
- ALLCOTT, H. ; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **National Bureau of Economic Research**, Cambridge, MA, 2017.
- ARAÚJO, M. Manipulação e Fake News. **Manipulação e Fake News: uma nova forma de comunicação amoral?** Debate no Instituto Goethe, dez. 2016 Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/318640911> Acesso em 12 junho, 2018.
- BALÉM, I. O impacto das fake news e o fomento dos discursos de ódio na sociedade em rede: a contribuição da liberdade de expressão na consolidação democrática. **Anais do 4º Congresso**

**Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede** –, Santa Maria (RS), nov., 2017.

BELLAN, R. “Fake News”, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística. *Anais da SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, nov., 2018.

BOVET, A., MAKSE, H. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*. n.10,v.07, 2019 Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-07761-2.pdf> Acesso:11/05/2022

BRANCO, S. Fake news e os caminhos para fora da bolha. *Interesse Nacional*, São Paulo, ano 10, n. 38 , p. 51-61, ago./out. 2017.

CARVALHO, G., KANFFER, G. O Tratamento Jurídico das Notícias Falsas (fake news). *Conjur*, 2018 Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/tratamento-juridico-noticias-falsas.pdf>. Acesso 04/05/2018.

CHRISTOFOLETTI, R. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. *Revista Rumores*. N. 23; volume 12; jan – jun; 2018.

DANTAS, I. H., ROCHA, H. Fake News: um fenômeno epistemológico e comunicacional. *Anais da SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, nov., 2018.

LOS MEDIOS UNIVERSITARIOS Y SU LABOR DIVULGATIVA FRENTE AL COVID-19. Palestrante: Daniel Martín Pena. Ouro Preto (MG): **Ciclo de Debates- CONJOR**, 2020. 1 vídeo (24 min). Transmitido ao vivo em 21 de maio de 2020 pela página do Grupo de Pesquisa Convergência de Jornalismo (CONJOR). Disponível em: <https://www.conjor.com.br/ciclo-de-debates-2020>. Acesso em: 20/06/2022

FAKE NEWS - A Era da Pós-verdade. Palestrantes: Angela Pimenta, Manoel Pimenta. Fortaleza: **Congresso Fala Norte/Nordeste**, 2017. 1 áudio (01h 12min). Evento ao vivo em 05 de setembro de 2017.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO E O PAPEL DAS MÍDIAS SONORAS. Palestrantes: Elizabeth Saad; Luiz Artur Ferraretto; Cecília Almeida. São Paulo: **V Simpósio Nacional do Rádio 2022**. 1 vídeo (02h 12min 35seg). Transmitido ao vivo em 07 de maio de 2021. pelo canal GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LpDf1952iNI>. Acesso em: 18/06/2022.

GUESS, A., NYHAN, B & REIFLER, J. **Selective Exposure to Misinformation**: evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. Disponível em: <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf> Acesso em 10 fevereiro, 2018,

IRITON, C. ; POSETTI, J. **Journalism, Fake News & Disinformation**. Paris: Unesco. 2018

KAKUTANI, M. **A morte da verdade**: Notas sobre a mentira na era Trump. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2018. Edição do Kindle.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MARANHÃO, J. Eleitores precisam ficar atentos a conteúdos falsos divulgados como deepfakes. [Entrevista concedida a] Letícia Naome. *Jornal da USP*, São Paulo, 11 de março de 2022. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/eleitores-precisam-ficar-atentos-a-conteudos-falsos-divulgados-como-deepfakes/> Acesso em 24 de julho de 2022.

MARTINS, H. **Comunicações em tempos de crise**: economia e política. São Paulo : Expressão Popular/Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

MENEZES, D. O impacto das fake news nas eleições 2018 no Brasil. *JusBrasil*. 2018. Disponível em: <https://dmbadvogado.jusbrasil.com.br/artigos/568561649/o-impacto-das-fake-news-nas-eleicoes-2018-no-brasil>. Acesso em 23/09/2018.

OLIVEIRA, F. Letramento informacional, fake news e competências em informação. *Anais da SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, nov., 2018.

PRATA, N; MEDEIROS, R. “Liguei o rádio pra conferir se era verdade”: a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de fake news. *Anais da SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, Goiânia, nov., 2019.



- PRINCE, M. Deepfake preocupa especialistas, que veem tecnologia incipiente no jogo eleitoral do Brasil. [Entrevista concedida a] Jacqueline Lafloufa. **CNN-Brasil**, São Paulo, 17 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/deepfake-preocupa-especialistas-que-veem-tecnologia-incipiente-no-jogo-eleitoral-do-brasil/> Acesso em 17 de fevereiro de 2022.
- LOPES, P. F. C. ; SENA, L. Jornalismo, revistas semanais e discursos: a autoreferencialidade como estratégia nos enunciados sobre fake news. **Anais da SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, nov., 2018.
- LOPES, P. F. C.; SOUSA, I. A. ; FONTES, A. F.. A campanha presidencial de 2018: a circulação de desinformação numa sociedade em vias de midiaticização. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiaticização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 3, ago. 2019. ISSN 2675-4290. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticizacao-artigos/article/view/274>>. Acesso em: 21 jul. 2021.
- LOPES, P. F. C.. Os modos de dizer em dois spots publicitários sobre Fake News. **Esferas**, 1(23), p.151-168. 2022 Disponível em: <https://doi.org/10.31501/esf.v1i23.13669> Acesso em 01 de julho de 2022.
- NALON, T. A pós-verdade é uma velha novidade; fact-checking, não. **Medium**. 2016. Disponível em: <https://medium.com/jornalismo-digital-no-brasil-em-2017/a-p%C3%B3s-verdade-%C3%A9-uma-velha-novidade-fact-checking-n%C3%A3o-a19a00fba492> Acesso em 02/07/2018
- ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985
- O QUE SERÁ DO RÁDIO PÓS-PANDEMIA? Palestrante: Nair Prata. Cuiabá: **IV Simpósio Nacional do Rádio 2021**. 1 vídeo (33 min). Transmitido ao vivo em 07 de maio de 2021. pelo canal IV Simpósio Nacional do Rádio. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qu9ZwJt5Gm0>. Acesso em: 18/02/2022
- POSETTI, J. ; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a COVID-19**. Resumo de políticas 1. Paris: UNESCO, 2020
- RÁDIO E DESINFORMAÇÃO. Palestrante: Daniel Martín Pena. São Paulo: **Cátedra Intercom, 2022**. 1 vídeo (34 min). Transmitido ao vivo em 02 de junho de 2022 pelo canal Lives Cátedra Intercom. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=MpuBkZbx\\_W4&list=PLWU3BM3bMv4IKCQzjMITWxqxMJ91EY1mt&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=MpuBkZbx_W4&list=PLWU3BM3bMv4IKCQzjMITWxqxMJ91EY1mt&index=6). Acesso em: 20/06/2022
- RÁDIO E DESINFORMAÇÃO. Participação: Débora Lopez. São Paulo: **Cátedra Intercom, 2022**. 1 vídeo (04 min). Transmitido ao vivo em 02 de junho de 2022 pelo canal Lives Cátedra Intercom. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=MpuBkZbx\\_W4&list=PLWU3BM3bMv4IKCQzjMITWxqxMJ91EY1mt&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=MpuBkZbx_W4&list=PLWU3BM3bMv4IKCQzjMITWxqxMJ91EY1mt&index=6). Acesso em: 20/06/2022
- SACRAMENTO, I; PAIVA, R. Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. **Revista Matrizes**. nº 1. v.14. jan./abr. p 79-106, 2020.
- SANTOS, J., SPINELLI, E. Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo. **Anais da SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, nov., 2017.
- SOUZA, R. Investigando as fake news: análise das as agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil. **Anais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Intercom Sudeste, Volta Redonda (RJ), jun., 2017.
- SOUZA, K, TESSAROLO, F. Fake News: Ética e credibilidade jornalística em risco. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Intercom Júnior, Curitiba, set., 2017.
- SPENCER, M. K. Deep Fake, a mais recente ameaça distópica. **Outras Palavras**. Tradução de Gabriela Leite. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/deep-fake-a-ultimadistopia/>>. Acesso em 05 de outubro de 2019.
- WARDLE, C.; DERAKSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017.